



CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES
(C.C.T.P)

Procédure de passation du marché : **Marché à Procédure Adaptée**

Articles L. 2123-1 1°, L. 2125-1-1°, R. 2113-2, R. 2123-1 1°, R. 2131-12, R. 2131-18,
R. 2162-2§2, R. 2162-4§2°, R. 2162-13 à R. 2162-14, du Code de la commande publique

Réf. : 25-M.A.I-03

Le présent cahier des clauses techniques particulières comporte 9 feuillets numérotés de 1 à 9 et 2 annexes :

N° de l'annexe	Intitulé des annexes
Annexe financière n°1	Bordereau des prix – devis quantitatif estimatif (valant annexe à l'acte d'engagement)
Annexe A – RGPD	Modèle du contrat de sous-traitance pour le traitement de données personnelles

Pouvoir Adjudicateur :

AGENCE DE L'EAU ARTOIS - PICARDIE
200, rue Marceline - Centre Tertiaire de l'Arsenal - BP 80818 - 59508 DOUAI Cedex
Tél. : 03.27.99.90.00 / Fax : 03.27.99.90.15
www.eau-artois-picardie.fr
SIRET : 185 911 781 00028

Objet du marché :

Elaboration d'une stratégie de communication triennale 2026-2028 pour l'Agence de l'Eau Artois-Picardie, et accompagnement pour l'élaboration, le suivi et l'évaluation des plans de communication 2026, 2027 & 2028.

- ➔ Marché de services
- ➔ Code nomenclature : 72.0A – Agences et conseil en communication et publicité
- ➔ Classification CPV :
 - 794162000 - Services de conseil en relations publiques
 - 79419000 - Services de conseil et d'évaluation

PLAN DÉTAILLÉ DU CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES

ARTICLE 1 – PRÉAMBULE	3
1.1 – L’Agence de l’Eau Artois – Picardie, « présente pour l’avenir de l’eau et le développement durable »	3
1.2 – Présentation du contexte de l’exécution du marché	3
ARTICLE 2 – OBJET ET DURÉE DU MARCHÉ	5
2.1 - Objet du marché	5
2.2 - Durée du marché	5
ARTICLE 3 – OBJECTIFS ET CONTENUS DES PRESTATIONS À RÉALISER	5
3.1 – Objectifs des prestations attendues	5
3.1.1 – Elaboration d’une stratégie de communication triennale 2026-2028	5
3.1.2 – L’accompagnement sur la déclinaison de la stratégie de communication en plans de communication annuels 2026-2027-2028	6
3.2 – Prestations attendues	6
3.2.1 – La stratégie de communication	6
3.2.2 – L’accompagnement pour l’élaboration, le suivi et l’évaluation annuelle des plans de communication annuels 2026-2027-2028	7
ARTICLE 4 – LIVRABLES ET DÉLAIS	7
ARTICLE 5 – LIEUX D’EXÉCUTION ET DE LIVRAISON	8
5.1 – Lieu de livraison	8
5.2 – Lieux d’exécution	8
ARTICLE 6 – EXIGENCES ENVIRONNEMENTALES	9

ARTICLE 1 – PRÉAMBULE

1.1 – L’Agence de l’Eau Artois – Picardie, « présente pour l’avenir de l’eau et le développement durable »

L’Agence de l’Eau Artois-Picardie, établissement public administratif de l’État dont le siège est à Douai, emploie 140 agents. Elle assure dans le Bassin hydrographique Artois-Picardie la traduction locale de la politique nationale de l’eau. Ses missions fondamentales sont la protection, la préservation et la lutte contre la pollution de la ressource en eau et de l’ensemble des milieux aquatiques. La loi pour la reconquête de la biodiversité de la nature et des paysages de 2016, étend les missions des Agences de l’Eau à la biodiversité marine et terrestre.

Le Bassin, d’une superficie de 20 000 KM² pour une population de 4,8 millions d’habitants, couvre les Départements du Nord et du Pas-de-Calais, 731 communes du Département de la Somme, 115 communes du Département de l’Aisne et 89 communes du Département de l’Oise.

Ses instances décisionnelles (Instances de Bassin), et notamment le Conseil d’administration de l’Agence de l’Eau, sont représentatives des acteurs socio-économiques, dont elle est le partenaire local de la politique de l’eau : collectivités territoriales, représentants de l’État et usagers de l’eau (entre autres : industriels, agriculteurs, pêcheurs, associations de consommateurs et de protection de la nature).

L’Agence assure l’application des principes de prévention et de réparation des dommages à l’environnement (principe « pollueur / payeur ») par l’établissement et la perception de redevances, auprès des personnes publiques ou privées, par exemple pour pollution de l’eau, modernisation des réseaux de collecte ou prélèvement sur la ressource en eau. Elles lui permettent d’attribuer des concours financiers sous forme de subventions, de primes de performance ou d’avances remboursables aux personnes publiques ou privées pour la réalisation d’actions ou de travaux contribuant à la gestion équilibrée de la ressource en eau et des milieux aquatiques.

L’Agence de l’Eau Artois-Picardie met en œuvre, sur le bassin Artois-Picardie, les objectifs, orientations et dispositions du Schéma Directeur d’Aménagement et de Gestion des Eaux (SDAGE), en favorisant une gestion équilibrée et économe de la ressource en eau et des milieux aquatiques.

Le conseil d’administration pilote l’activité de l’Agence de l’Eau Artois-Picardie et définit sa politique dans des programmes pluriannuels d’interventions, selon les dispositions du code de l’environnement.

Les programmes d’intervention de l’Agence de l’Eau sont régis par des cycles de 6 ans.

Le 12^{ème} Programme Pluriannuel d’Intervention (2025-2030) a été adopté par le conseil d’administration et le comité de bassin le 15 octobre 2024. Doté de 1,279 milliard d’euros pour les six prochaines années, ce 12^{ème} programme vise à accompagner tous les acteurs du bassin dans un effort commun pour accélérer l’atteinte du bon état des eaux fixés par la Directive Cadre sur l’Eau dans un contexte de changement climatique et de raréfaction de la ressource en eau en période estivale.

Pour plus d’informations, consulter le site internet de l’Agence de l’Eau Artois-Picardie :

www.eau-artois-picardie.fr

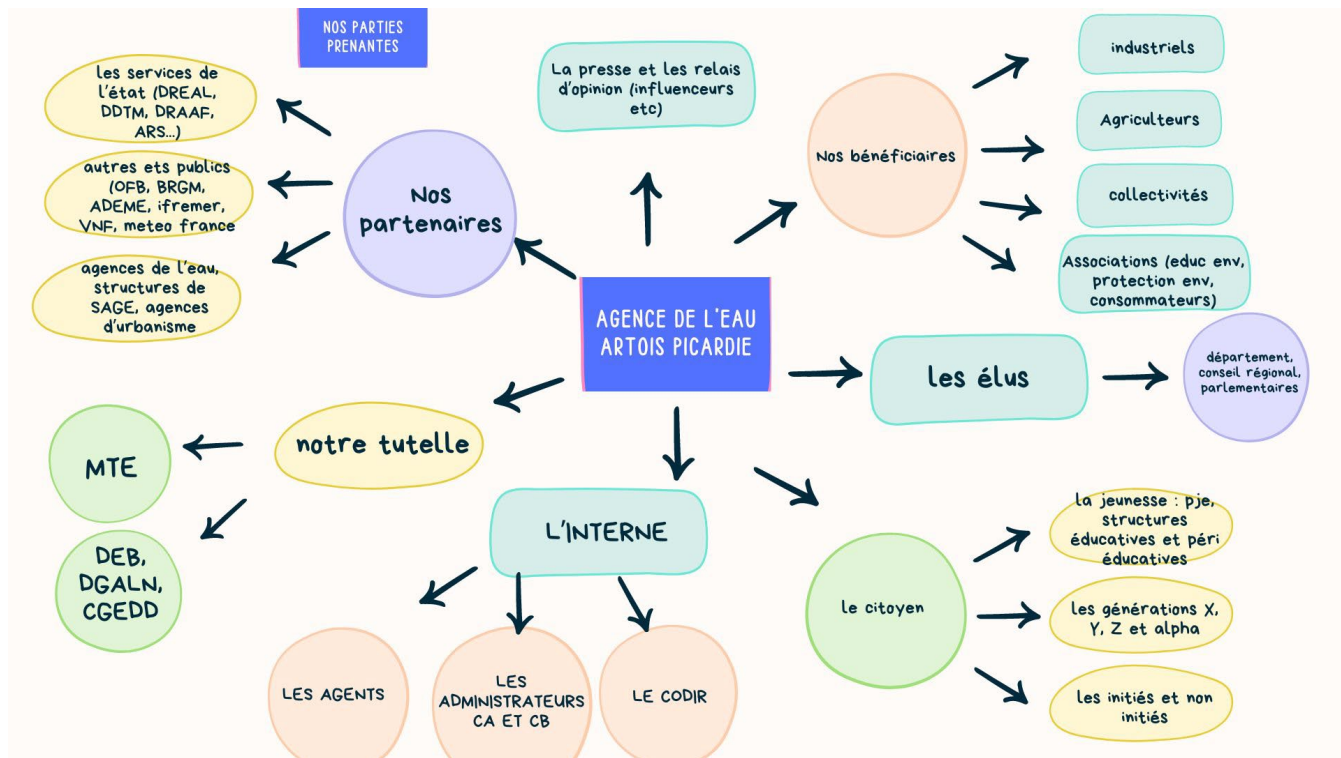
1.2 – Présentation du contexte de l’exécution du marché

Les objectifs généraux de la communication de l’Agence de l’Eau Artois-Picardie sont :

- Cognitifs : faire connaître l’agence de l’eau, son expertise, augmenter sa notoriété et contribuer à faire connaître ses politiques : les orientations du 12^{ème} programme d’intervention, du Schéma Directeur d’Aménagement et de Gestion des Eaux (SDAGE), du Plan d’Adaptation au Changement Climatique (PACC), par le biais de tous les canaux dans un contexte de changement climatique en accélération (sécheresses répétitives, inondations...)

- Conatifs : inciter au passage à l'action des partenaires qui restent majoritairement les maîtres d'ouvrage bénéficiant des interventions financières de l'agence de l'eau mais aussi le citoyen dans ses gestes au quotidien.

Ci-après une « map de nos parties prenantes » dont nous pouvons tirer nos cibles principales :



Outils et données à disposition :

- ✓ site institutionnel www.eau-artois-picardie.fr
- ✓ site grand public www.agissons pour leau.fr
- ✓ médias sociaux :
 - you tube (<https://www.youtube.com/@agencedeleuwaterartoispicardie3371>),
 - Facebook (<https://www.facebook.com/EauArtoisPicardie>),
 - LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/agence-de-l-eau-artois-picardie/>),
 - Instagram (<https://www.instagram.com/euwaterartoispicardie/>).
- ✓ pp78 et 79 du plan d'adaptation au changement climatique (PACC) du bassin Artois-Picardie

En tant qu'établissement public de l'Etat, l'agence de l'eau est soumise aux règles du Code de la commande publique. Elle a déjà à sa disposition :

- un marché mandataire permettant l'élaboration de plan médias et opérations spéciales spécifiques,
- un marché événementiel comprenant la partie location de salle, son équipement technique et l'animation par une personnalité/animateur/journaliste,
- un marché de prestations graphiques (y compris motion design),
- un marché impression et signalétique (intérieure et extérieure).

L'agence est par ailleurs soumise à des contraintes d'image :

- elle est un établissement public qui dépend du Ministère de la Transition écologique, une communication dite responsable est nécessaire pour être crédible ;
- elle est soumise à la charte graphique de la marque Etat et dispose de ses propres identités graphiques Agence de l'Eau Artois-Picardie, 12^{ème} programme d'intervention et SDAGE.

Les sources prévues dans le cadre de la prestation seront fournies qu'au seul titulaire du marché :

- ✓ les sondages réalisés par l'Agence de l'Eau Artois-Picardie ou les agences de l'eau (2021 et 2023)
- ✓ la stratégie de communication précédente et la stratégie nationale de communication des agences de l'eau, le plan de communication annuel 2021 et les préconisations qui ont suivi,
- ✓ le retour du jury citoyen (2021)

ARTICLE 2 – OBJET ET DURÉE DU MARCHÉ

2.1 - Objet du marché

Le présent marché a pour objet :

- d'une part l'élaboration d'une stratégie de communication triennale 2026-2028 pour l'Agence de l'Eau Artois-Picardie ;
- d'autre part, un accompagnement pour l'élaboration, le suivi et l'évaluation des plans de communication 2026, 2027 & 2028.

2.2 - Durée du marché

Le présent marché est conclu pour une durée de 1 (un) an à compter de la date de sa notification.

Le présent marché est reconductible 2 fois par période 1 (un) an, par décision expresse de la Directrice Générale de l'Agence de l'Eau Artois-Picardie, au plus tard deux mois avant la date d'échéance.

ARTICLE 3 – OBJECTIFS ET CONTENUS DES PRESTATIONS À RÉALISER

3.1 – Objectifs des prestations attendues

3.1.1 – Elaboration d'une stratégie de communication triennale 2026-2028

L'agence de l'eau souhaite mettre en place une stratégie de communication sur les trois prochaines années. La mise en œuvre de cette stratégie de communication doit pouvoir débuter dès le début de l'année 2026 afin de pouvoir accompagner les différents projets de l'agence et notamment les plus structurants pour son image, à savoir :

- le 12^{ème} programme d'intervention 2025-2030 (une révision du programme à mi-parcours est prévue en 2027) ;
- l'élaboration du prochain SDAGE 2028-2033 qui intègre une consultation du public qui doit mobiliser les citoyens et les personnes publiques consultées pour avoir une certaine représentativité et acquérir une légitimité ;
- la mise en œuvre de son plan d'adaptation au changement climatique (PACC) 2023-2030 ;

- la déclinaison des grands plans gouvernementaux en matière de gestion de l'eau et de la biodiversité (plan eau, fonds vert, plan d'urgence inondation ...) ;
- la recherche d'exemplarité en tant qu'établissement de l'Etat (démarche de responsabilité sociétale et environnementale RSE et Service Public Ecoresponsable SPE) en accord avec le plan de transformation écologique de l'Etat.

➔ **La stratégie de communication proposée précisera les cibles pour gagner en impact sur les objectifs attendus, notamment en matière de communication auprès des élus et du grand public.**

3.1.2 – L'accompagnement sur la déclinaison de la stratégie de communication en plans de communication annuels 2026-2027-2028

L'objectif est d'accompagner l'agence dans l'élaboration de ses plans de communication annuels, son suivi et son évaluation annuelle : entretiens annuels avec les directions internes, propositions en lien avec les objectifs et besoins définis, et préconisation de tableaux de bord ou autres outils permettant de faciliter l'appropriation des plans, le suivi des actions, et leurs évaluations.

3.2 – Prestations attendues

3.2.1 – La stratégie de communication

L'offre du prestataire devra inclure :

- le diagnostic, des propositions de scénarios, l'écriture de la stratégie, la feuille de route 2026-2028 en se basant sur :
 - ✓ la prise de connaissance des documents stratégiques : les sondages réalisés par l'Agence de l'Eau Artois-Picardie ou les agences de l'eau (2021-2023), la stratégie de communication précédente et la stratégie nationale de communication des agences de l'eau , le retour du jury citoyen, pp78 et 79 du plan d'adaptation au changement climatique (PACC) du bassin Artois-Picardie, le plan de communication annuel 2021 et les préconisations qui ont suivi ;
 - ✓ l'analyse des livrables et vecteurs de communication actuels ;
 - ✓ 6 ou 7 entretiens avec l'Agence :
 - 5 entretiens en présentiel avec chacune des directions : Direction des Finances et de la Fiscalité Ecologique, Direction des Affaires Générales et Institutionnelles, Direction des Interventions, Direction Planification Programme et Connaissance et la Direction générale ;
 - 1 ou 2 avec les représentants des instances de bassin (en distanciel) ;
 - 1 avec la Direction de l'Eau et de la Biodiversité (en distanciel).
- 1 réunion de démarrage, 2 réunions intermédiaires (en distanciel) et une réunion de restitution.

NB : la prise de rendez-vous est de la responsabilité du prestataire qui intègre dans son offre les délais nécessaires pour livrer la stratégie de communication au plus tard **mi-décembre 2025 afin d'être présentée aux instances de l'agence de l'eau en décembre.**

La stratégie de communication comprendra : les objectifs de communication, les cibles prioritaires et secondaires, des types d'actions préconisées, un modèle type de plan de communication annuel incluant également la méthodologie d'évaluation des actions proposées ou indicateurs. Cette stratégie de communication devra également faire l'objet d'une vulgarisation sous un livrable destiné à l'interne.

NB : la mise en œuvre des actions de communication ne fait pas partie de la prestation, elles sont externalisées par ailleurs dans le cadre de marchés publics existants.

3.2.2 – L’accompagnement pour l’élaboration, le suivi et l’évaluation annuelle des plans de communication annuels 2026-2027-2028

Le prestataire accompagnera l’agence pour l’élaboration des plans de communication annuels 2026-2027 & 2028, avec au minimum :

- La déclinaison des actions de communication du plan de communication annuel : définition des actions, en cohérence avec la stratégie triennale et les objectifs définis ;
- La constitution de plannings et quantification des coûts approximatifs de mise en œuvre ;
- L’assistance à la rédaction d’un support type d’expression de besoin : rédaction d’un brief type ;
- La préconisation et la fourniture des indicateurs et des supports d’évaluation, et l’accompagnement à l’évaluation annuelle.

Les travaux nécessiteront :

- La participation aux entretiens annuels avec les directions (5 entretiens en présentiel) ;
- Une réunion de restitution au CODIR (en présentiel) ;
- 1 réunion intermédiaire (en distanciel).

Les plans de communication annuels devront être élaborés pour le 31 janvier de chaque année.

Le prestataire procèdera au suivi et à l’évaluation annuelle des plans de communication comprenant la mise à disposition d’un outil de suivi intuitif et communicant. Le prestataire proposera les ajustements du plan si besoin, en fonction du contexte, des moyens et des besoins. La prestation comprendra une réunion d’évaluation trimestrielle et une réunion de restitution finale (en distanciel).

Des réunions en présentiel et en distanciel sont prévues pour chacune des prestations du candidat. L’agence pourra solliciter une ou plusieurs réunions supplémentaires si besoin.

ARTICLE 4 – LIVRABLES ET DÉLAIS

Les étapes, les livrables et les phases de validation sont résumées ci-dessous :

Nature des livrables	Format et mode de transmission	Délai de transmission
↪ 1 réunion de démarrage	En présentiel	A caler dans la semaine suivant la notification du marché
↪ Elaboration de la stratégie de communication <ul style="list-style-type: none">• Calage des 6 ou 7 entretiens avec l’Agence	Entretien en présentiel ou distanciel	Dates à caler dans les 7 jours suivants la notification du marché
<ul style="list-style-type: none">• 2 réunions intermédiaires	En distanciel	A caler de manière régulière conformément à la remise de la stratégie pour mi-décembre 2025
<ul style="list-style-type: none">• 1 réunion de restitution	En présentiel	Mi-décembre 2025
<ul style="list-style-type: none">• Fourniture de la stratégie de communication et du livrable vulgarisé pour une diffusion en interne	Par voie dématérialisée	Mi-décembre 2025

→ Plan de communication annuel 2026	Par voie dématérialisée	31/01/2026
<p>Pour la réalisation du plan de communication annuel 2026 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La participation aux entretiens annuels avec les directions (5 entretiens en présentiel) - 1 réunion intermédiaire (en distanciel) - Une réunion de restitution au CODIR (en présentiel) 	Présentiel et distanciel	A déterminer par le prestataire pour une remise du plan de communication au 31 janvier 2026
→ Plan de communication annuel 2027	Par voie dématérialisée	31/01/2027
<p>Pour la réalisation du plan de communication annuel 2027 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La participation aux entretiens annuels avec les directions (5 entretiens en présentiel) - 1 réunion intermédiaire (en distanciel) - Une réunion de restitution au CODIR (en présentiel) 	Présentiel et distanciel	A déterminer par le prestataire pour une remise du plan de communication au 31 janvier 2027
→ Plan de communication annuel 2028	Par voie dématérialisée	31/01/2028
<p>Pour la réalisation du plan de communication annuel 2028 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La participation aux entretiens annuels avec les directions (5 entretiens en présentiel) - 1 réunion intermédiaire (en distanciel) - Une réunion de restitution au CODIR (en présentiel) 	Présentiel et distanciel	A déterminer par le prestataire pour une remise du plan de communication au 31 janvier 2028

ARTICLE 5 – LIEUX D'EXÉCUTION ET DE LIVRAISON

5.1 – Lieu de livraison

Agence de l'Eau ARTOIS-PICARDIE
Centre Tertiaire de l'Arsenal - 200, Rue Marceline - BP 80818 - 59508 DOUAI CEDEX

5.2 – Lieux d'exécution

Chez le titulaire et au siège de l'Agence de l'Eau pour les réunions en présentiel.

ARTICLE 6 – EXIGENCES ENVIRONNEMENTALES

En tant qu'établissement public de l'État, placé sous la tutelle du Ministère de la Transition écologique, l'Agence de l'eau Artois-Picardie est engagée dans des actions visant à soutenir la mise en œuvre de démarches environnementales dans le cadre de l'exécution de ses marchés.

Dans ce cadre, les conditions d'exécution des prestations comportent des éléments à caractère environnemental qui prennent en compte les objectifs de développement durable comme suit : Il est exigé que le titulaire et ses co-traitants/sous-traitants respectent une démarche éco-responsable visant à limiter l'impact environnemental de leurs interventions dans le cadre de ce marché.

À cet effet, le titulaire et ses co-traitants/sous-traitants se conforment aux exigences définies ci-après :

- **Concernant les livrables à produire sur support dématérialisé :** le titulaire et ses co-traitants/sous-traitants privilégieront le partage des livrables prévus au présent marché via une plate-forme dédiée d'échange de documents, conformément à la proposition du titulaire remise à l'appui de son offre dans sa note méthodologique, afin de limiter la transmission en pièces jointes par messagerie électronique ; permettant ainsi de réduire l'empreinte environnementale du numérique dans l'exécution des prestations.

- **Concernant les déplacements réalisés dans le cadre du présent marché :** le titulaire et ses co-traitants/sous-traitants doivent s'attacher à favoriser, dans la mesure du possible, la limitation des émissions de gaz à effet de serre pour l'exécution des prestations tout en assurant leur bonne réalisation et privilégieront les déplacements à pied, ou avec des véhicules à propulsion humaine ou en transports en commun.

Si l'utilisation de véhicules individuels est indispensable, le titulaire et ses co-traitants/sous-traitants privilégieront de préférence des véhicules fonctionnant à l'énergie électrique ou au gaz de pétrole liquéfié (GPL) ou au gaz naturel pour véhicules (GNV) ou à l'hydrogène ou encore des véhicules hybrides (mixtes électriques et essence) conformes aux normes en vigueur.

Dans le cas de recours à une prestation externe ou à la location de véhicules pour l'exécution des prestations objet du présent marché, le titulaire et ses co-traitants/sous-traitants s'engagent à ce que les véhicules utilisés respectent les prescriptions décrites ci-dessus.

Le titulaire et ses co-traitants/sous-traitants communiquent à l'Agence à tout moment sur simple demande, les justificatifs relatifs aux modes de déplacement utilisés pour la réalisation des prestations (cartes grises des véhicules avec justification de la catégorie Crit'Air, abonnement, titre de transport...). Des contrôles pourront être opérés notamment lors de la présence de véhicules ou de personnes sur l'un des sites objet du présent marché.

Les modes de déplacements seront conformes à la proposition du titulaire remise à l'appui de son offre.

Le titulaire s'assure du respect par ses co-traitant et sous-traitants des obligations environnementales fixées par le marché. En cas de non-respect de ces exigences, une pénalité pourra être appliquée selon les modalités définies au C.C.A.P.